

*Gerhard Schmied*, Kanäle Gottes? Katholische Kirche in der Medienzange, Opladen 1991 (Leske + Budrich), 140 Seiten/24,80 DM

Von dem Mainzer Soziologen Gerhard Schmied durfte man eine einigermaßen gründliche, präzise und systematische Situationsanalyse der kirchlichen Medienbefindlichkeit erwarten; zumindest schien der Untertitel seines Buches dieses zu versprechen.

Der Autor beginnt seine „Ortsbegehung“ in den USA bei den Fernsehkirchen und beschreibt dann die „Kirchenredaktionen hierzulande“. Beides, die Electronic Church in den USA wie auch die hiesigen Kirchenredaktionen, bezeichnet er gleicherweise als „Nebenkirche“ (1. und 2.), von denen das Kirchenbild in den Medien in die Zange genommen und verfälscht wird. Und darin besteht auch schon seine These, die er im letzten Kapitel des Buches ausführlich darlegt. Dazwischen bemüht er sich um Belege für seine These in den Kapiteln „Neue Medien“ (3), „Kirchenpolitik“ (4) und „Ein katholischer Hörfunk?“ (5).

Der Autor hat sich offensichtlich jahrelang mit diesem Thema abgemüht, denn er beruft sich auf gelegentlich recht unterschiedliche zeitliche Sachstände. (Z. B. ist der Bildschirmtext-Versuch der katholischen Kirche in Nordrhein-Westfalen, denn er auf S. 55 noch in Gang wähnt, bereits am 30.06.1987 beendet worden. Oder die auf S. 104 erwähnte „Idee eines europäischen kirchlichen Fernsehkanals“ wäre als Idee eines christlichen (ökumenischen) Fernseh-Networks in Europa zu recherchieren gewesen. Dieser Gedanke, während einer Konferenz der Medienkommission der Europäischen Bischöfe (CEEM) im März 1990 in Fatima vorgetragen, sollte durch eine „Feasibility Study“ geprüft

werden. Aber schon auf dem CEEM-Treffen Anfang März 1991 in Prag war klar, daß dieser Gedanke nicht weiter verfolgt werden würden (und das war lange vor Redaktionsschluß dieses Buches)).

Und wenn schon ein ganzes Kapitel auf die Frage nach einem katholischen Hörfunk verwendet wird – was durchaus angemessen ist –, so hätte man sich als interessierter Leser doch eine etwas präzisere Darstellung und Chronologie dieser Thematik gewünscht.

Nichtsdestoweniger ist das Bemühen des Autors anzuerkennen, die Rolle der Kirchen im Laufe der medienpolitischen Entwicklungen seit den 70er Jahren (wenn auch nicht allzu akribisch) nachzuzeichnen.

Aber hat er sich nicht mit seiner These von den „Nebenkirchen“ zu doch recht eigenwilligen und kaum belegten Interpretationen kirchlicher Absichten oder Positionen verleiten lassen? Was hat es nun mit jener „These“ auf sich? Gerhard Schmied formuliert sie so: „Im Zuge der Wandlungen des Mediensystems kann die katholische Kirche in Deutschland publizistisch in die Zange genommen werden ... zwischen dem herkömmlichen Journalismus des öffentlich-rechtlichen Systems und den Fernseh“kirchen“, vor allem us-amerikanischer Provenienz, in eine Zange zwischen modischem theologischem Rationalismus und politischer Theologie einerseits und missionarischem Fundamentalismus andererseits“ (S. 109). Und beide beeinträchtigen das Kirchenbild in den Medien.

Die These, wonach Kirche in den Medien inadäquat dargestellt wird, ist gewiß nicht neu. Wer jedoch vom Autor eine überzeugende Begründung sei-

ner These erwartet hat, dürfte (zumindest hinsichtlich ihres ersten Teils) enttäuscht sein. Denn als Begründung dürfte kaum ausreichen, das Ungenügen kirchlicher Darstellung in den Medien zu konstatieren. Der Autor sieht die Kirche in den Medien einseitig (negativ) dargestellt. Doch um das beurteilen und dem Autor darin folgen zu können, müßten wohl deutliche Kriterien genannt werden.

Aber schon die Definition kirchlicher Sendungen klingt recht vage; für ihn sind es „jene Sendungen, die außerhalb des Verkündigungsbereiches liegen“ (S. 109). Von Ihnen wird rundweg behauptet, sie seien (generell und pauschal) „für die Kirche keineswegs hilfreich, sondern für ihr Ansehen und ihre Wirkung schädlich“ (ebd.). Mit dieser Ansicht steht der Autor zwar nicht allein, aber sie kann für den Leser wohl kaum eine sorgfältigere Analyse und eine Darlegung differenzierter Beobachtungsergebnisse ersetzen. Zumindest wäre nach den unterschiedlichen Sichtweisen kirchlicher Vorgänge und Ereignisse zu fragen, z. B. solche von „innen“ und solchen von „außen“, Selbstaussagen (Verkündigung!) und Objektdarstellungen.

Ist es denn überhaupt Aufgabe der Kirchenredaktionen, die ja keine PR-Abteilungen der Kirchen, sondern Fachredaktionen und der Sendeanstalt verantwortlich sind, Kirche allein aus deren Binnenansicht darzustellen? Gewiß gehört auch diese zum vollständigen Bild von Kirche. Übrigens wird vom Autor allzu verallgemeinernd bemerkt, von den Kirchenfunkredaktionen werde „ein negatives Image aufgebaut“ (S. 110). Von allen Redaktionen? Wie „negativ“? Aus welcher Sicht? Hier wäre zu fragen, ob sich der Autor die Mühe gemacht hat,

die durchaus unterschiedlichen Sichtweisen und Darstellungsstile der einzelnen Kirchenredaktionen von ZDF bis SR und vom BR bis zum HR zur Kenntnis zu nehmen. Ist es nicht eine ebenso unzulässige Verallgemeinerung, wenn der Autor sich über die personelle Besetzung der Kirchenfunkredaktionen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ausläßt und dort eine überproportionale Vertretung der 68er Generation feststellt (S. 111)?

Als „zweiten Teil der Zange“ (S. 113) sieht der Autor Kräfte eines christlichen Fundamentalismus (Evangelikale, Sekten etc.) am Werk. Aber auch hier wäre manche Differenzierung angebracht. Z. B. müssen nicht alle „charismatischen“ Gruppen als fundamentalistisch betrachtet werden. Andererseits fällt auf, daß die zuvor (auf S. 104) ausführlich gewürdigte eindeutig fundamentalistische Initiative LUMEN 2000 in der Aufzählung jener Kräfte, die weltweit in die Medien drängen, fehlt.

Die „Chance der Kirche“, die derart in die Medienzange genommen sei, so argumentiert der Autor, liege „in der Herstellung eines positiven Kirchenbildes“ (S. 123) – wohlgemerkt: in den privaten Medien. (Hat er die öffentlich-rechtlichen schon abgeschrieben?) Daher sei auch das Engagement in den privaten Medien beizubehalten „und in gewissem Maße zu verstärken“ (ebd.), meint der Autor.

Und wie stellt man nach Ansicht des Autors ein positives Kirchenbild her? Auch dafür scheint er ein Rezept zu kennen: indem „religiöse Inhalte“ Thema der Verkündigungssendungen (S. 126) werden. So einfach ist das. Da fragt man sich, was denn bisher Inhalt der Verkündigungssendungen gewesen sein könnte – nach Meinung des

Autors. Und überhaupt: hier wird eine Begriffsunschärfe hinsichtlich „Verkündigungssendungen“ deutlich, die die Schlüssigkeit der aufgestellten These in Frage stellt. Leser müssen schon medienkundig und sehr bewandert in kirchlicher Medienarbeit sein, um sich in diesem Buch zurechtfinden zu können.

*Johannes Fischer*

*Jürgen Wilke (Hg.)*, Massenmedien in Lateinamerika. Erster Band: Argentinien, Brasilien, Guatemala, Kolumbien, Mexiko (Publikationen des Zentralinstituts für Lateinamerika-Studien der Katholischen Universität Eichstätt; Serie B: Monographien, Studien, Essays, 2); Frankfurt (Vervuert) 1992, 312 S./48,— DM

„Eine grundlegende Strukturbeschreibung der Massenmedien lateinamerikanischer Länder“ (15) stellt sich dieser lehrbuchartig angelegte Band zum Ziel. Ihm soll „in absehbarer Zeit“, wie der Herausgeber verspricht, ein zweiter Band über weitere Länder Lateinamerikas folgen. Dies ist auch dringend zu wünschen, denn nicht nur im deutschsprachigen Bereich, sondern auch international sind einigermaßen zuverlässige länderspezifische Einführungen zum Problemfeld ‘Massenmedien in Lateinamerika’ ein schmerzlich vermisstes Desiderat.

Wer sich z. B. mit Geschichte und Gegenwart des Fernsehens in Brasilien vertraut machen wollte, mußte bisher auf oft schwer zugängliche brasilianische Literatur sowie einige verstreute und bruchstückhafte Informationen in deutschsprachigen Druckerzeugnissen (u. a. auch in Magazinen wie ‘Geo’ und ‘Spiegel’) zurückgreifen.

Diese Lücke in der Fachliteratur ist jetzt geschlossen. Die vorliegenden fünf Länderporträts folgen jeweils einer strengen Gliederung (landeskundliche Grundlagen, rechtliche Grundlagen der Massenmedien, Presse, Hörfunk, Fernsehen, Nachrichtenagenturen, Ausblick) und sind mit einem Umfang von 40-80 Druckseiten pro Länderporträt in der Regel ausreichend ausführlich, um eine zuverlässige Erstinformation zu liefern. Neben dem von *Jürgen Wilke* verfaßten Beitrag zu Brasilien gehen die Aufsätze auf Diplomarbeiten von *Stefanie Meinel* (Argentinien), *Birgit Dorothea Marfording* (Guatemala), *Dagmar Kusche* (Kolumbien) und *Christine Longin* (Mexiko) zurück, die 1989 und 1990 an der Katholischen Universität Eichstätt vorgelegt wurden.

Auch wenn das Gliederungsschema mitunter etwas hölzern wirkt (gerade die ‘landeskundlichen Grundlagen’ sind oft zu knapp und pauschal und lassen jeden Bezug zum Mediensystem vermissen), liefern die einzelnen Porträts eine solide, mit Tabellen und Grafiken angereicherte Darstellung von Geschichte und Gegenwart der Mediensysteme ihrer Länder, die man bisher vergeblich suchte.

Zugleich entsteht ein zuverlässiges Bild von der „Medienrealität“ des gesamten Subkontinents, da die historischen Entwicklungsbedingungen und die aktuellen massenmedialen Gegebenheiten in vielen Ländern Lateinamerikas beträchtliche Parallelen aufweisen.

Das betont sachlich und nüchtern wirkende Buch bemüht sich um exakte und präzise nachprüfbare Informationen. Empirisch schwer faßbare Fragestellungen z. B. nach dem Rezeptionsverhalten von Mediennutzern und nach den ‘Tiefenwirkungen’ medialer

Massenangebote (z. B. im Hinblick auf das in ganz Lateinamerika ungewöhnlich erfolgreiche Fernsehgenre 'Telenovela') werden deshalb nur am Rande angesprochen.

Auch wenn lateinamerikanische Mediensysteme gerade in den letzten Jahren zum Teil rasanten Veränderungen unterliegen – und lehrbuchartige Überblicke damit schon zum Zeitpunkt der Drucklegung zu veralten beginnen –, kann man doch sagen, daß mit diesem Band ein unverzichtbares Standardwerk entstanden ist.

Dem Herausgeber ist ein möglichst rascher und erfolgreicher Abschluß des zweiten Bandes zu wünschen.

3 kritische Hinweise zum Länderporträt Brasilien – hier habe ich eigene Forschungen zur TV Globo unternommen – möchte ich jedoch nicht unerwähnt lassen:

1. Der Rückzug des Time-Life-Konzerns aus dem illegalen 'joint-venture' mit der TV Globo wird fälschlicherweise auf eine Direktive des Präsidenten Costa e Silva zurückgeführt (120). Dieser Präsident hat jedoch genau das Gegenteil getan, nämlich die problematischen Verträge zwischen TV Globo und Time-Life per Dekret legalisiert. Die Time-Life zog sich wegen mangelnder Gewinnerwartung freiwillig aus dem Brasilien-Engagement zurück (vgl. D. Herz, 189f.). 2. Die Rolle der TV Globo beim Übergang zur Demokratie in Brasilien wurde fälschlicherweise positiv bewertet. Daß die TV Globo schon ab 1982 mit der Übertragung großer Demonstrationen „offenbar zum Niedergang des Militärregimes beigetragen und den Weg zur Demokratie mitgegeben“ (134) habe, entspricht nicht den Tatsachen. Vielmehr wurden die großen Streiks in den Arbeiterbezirken São Paulos im Jahre 1983 und die Demon-

strationen für eine Direktwahl des Staatspräsidenten im Januar 1984 von der TV Globo entweder ignoriert oder verfälscht. Im 'Jornal Nacional', dem abendlichen Nachrichtenprogramm der TV Globo, galt während der Streiks die hausinterne Regel, das 'Banditen' in der TV Globo nicht zu Wort kommen dürften. Der von allen großen Syndikaten ausgerufene Generalstreik vom 21.07.1983 wurde totgeschwiegen. Die großen Manifestationen für die Direktwahl des Staatspräsidenten (am 12.01.1984 in Curitiba mit 50.000 und am 25.01.1984 in São Paulo mit 300.000 Teilnehmern) wurden entweder übergangen oder als Zusammenkunft aus Anlaß des Geburtstages der Stadt São Paulo dargestellt. Erst im April 1984 – zwei Wochen vor der entscheidenden Kongreßabstimmung (trotz einer erdrückenden Mehrheit in der Bevölkerung ist die Gesetzesinitiative zur Direktwahl jedoch gescheitert) – ist die TV Globo auf den fahrenden Zug der Demokratisierung aufgesprungen (vgl. V. A. de Lima, 114). 3. Die pauschale Einschätzung der liberal-konservativen Tageszeitung 'O Estado de São Paulo' als „Qualitätszeitung mit großem Ansehen“ (99) bedürfte einer Differenzierung; immerhin war sich diese Zeitung 1988 nicht zu schade, aus zweifelhaften Motiven eine verleumderische Hetzkampagne gegen die katholische Kirche und ihren Indianermissionsrat CIMI zu starten.

Diese kritischen Anmerkungen mindern den Wert dieses Buches jedoch nicht. Sie zeigen nur die Schwierigkeit, bei einer unübersichtlichen Literaturlage die wechselvolle Geschichte und Gegenwart lateinamerikanischer Massenmedien wirklich sachgerecht darzustellen.

*Hermann-Josef Große-Kracht*